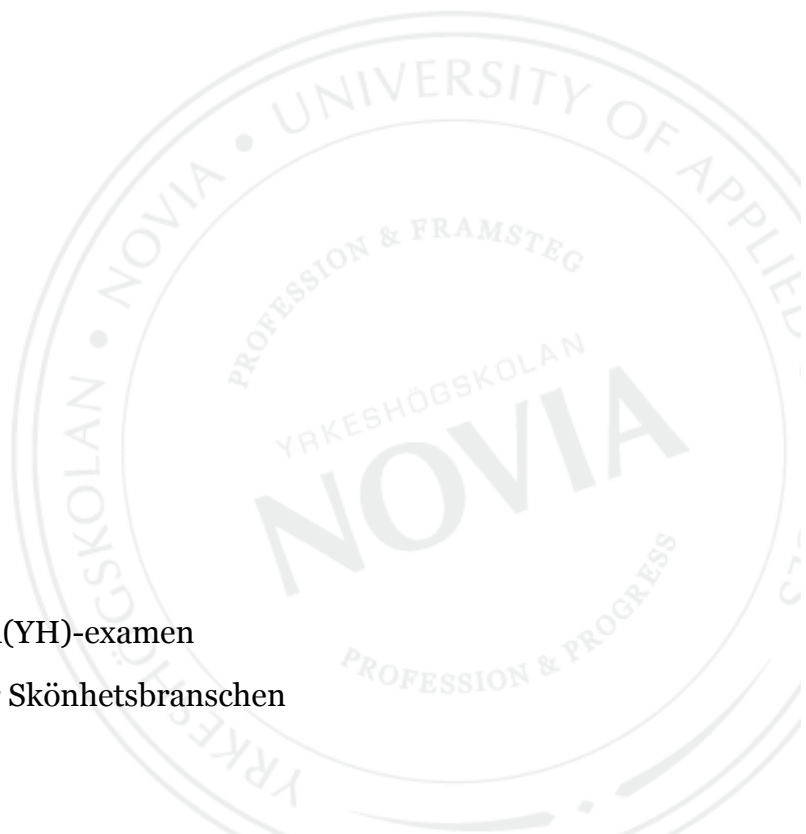


## **"Jeans Addiction"**

- En praktisk studie om hur man utformar en faktaguide kring plagget jeans, dess uppbyggnad och hur man hittar det passande paret.

Susanna Wikman

Examensarbete för estenom(YH)-examen  
Utbildningsprogrammet för Skönhetsbranschen  
Vasa 2013



## EXAMENSARBETE

Författare: Susanna Wikman  
Utbildningsprogram och ort: Skönhetsbranschen, Vasa  
Handledare: Jaana Ylimartimo-Nybäck  
Anna-Lotta Mörk

Titel: "Jeans Addiction"

- en praktiskt studie om hur man utformar en faktaguide kring plagget jeans, dess uppbyggnad och hur man hittar det passande paret.

---

Datum Våren 2013

Sidantal 38

Bilagor -

---

### Abstrakt

Syftet med mitt examensarbete är att redogöra för klädesplagget jeans; en överblick av plaggets historia och utveckling, dess uppbyggnad, material, olika tvättar och modeller. Efter flera år i jeansbranschen har jag sett att det är svårt att hitta passande jeans. Därför vill jag att estenomer, studenter, konsumenter och andra intresserade ska kunna lära sig mer om plagget. Resultatet sammanställs i en faktaguide, som förutom allt det tidigare nämnda även innehåller tvättråd samt enkla tips att tänka på vid köp av jeans.

Detta är en praktisk studie med kvalitativ ansats. Studien har gjorts genom att konstruera en referensram som faktaguiden baserar sig på. I guiden används även skribentens empiriska erfarenheter som grund. De teoretiska utgångspunkterna samt litteraturen innefattar fakta om jeansen som plagg, kroppsformer samt jeansens historia. I resultatredovisningen har guidens innehåll redovisats. Resultatet har sedan analyserats med kvalitativ metod samt tolkats mot referensramen och tidigare forskning.

Resultatet visar att jeans är mera än ett plagg och att det finns många dimensioner som konsumenten behöver ta i beaktande vid valet av jeans. En faktaguide bör innehålla en kortfattad och tämligen komplett helhetsbild av ämnesområdet. Resultatet innehåller även jeansens historia som ger ett mervärde och en förståelse för läsaren. Att välja jeans är en mångfacetterad process och en faktaguide torde göra det enklare för konsumenterna att få svar på sina frågor för att hitta jeans som uppfyller deras förväntningar.

---

Språk: Svenska

Nyckelord: jeans, denim, kroppsformer, faktaguide, konsument

---

# OPINNÄYTETYÖ

Tekijä:

Susanna Wikman

Koulutusohjelma ja paikkakunta:

Kauneudenhoitoala, Vaasa

Ohjaajat:

Jaana Ylimartimo-Nybäck

Anna-Lotta Mörk

Nimike: "Jeans Addiction"

- käytännön tutkimus farkkuihin liittyvän tieto-oppaan laatimisesta, niiden rakenteesta sekä miten löytää sopiva pari.

---

Päivämäärä Kevät 2013

Sivumäärä 38

Liitteet -

---

## Tiivistelmä

Opinnäytetyöni tarkoituksena on kuvata farkkuja. Opinnäytteessä on yleiskatsauksen vaateen historiasta, sen rakenteesta, materiaalista, eri pesuista sekä malleista. Usean vuoden farkkualakokemuksen jälkeen olen havainnut, että sopivien farkkujen löytäminen ei ole helppoa. Sen takia toivon, että estenomit, opiskelijat, kuluttajat ja muut kiinnostuneet voivat oppia vaatteesta enemmän. Tulokset kootaan tieto-oppaaseen, joka kaiken edellisen lisäksi sisältää pesuohjeita sekä helppoja vinkkejä farkkujen ostajalle.

Tämä on käytännön tutkimus, jossa on laadullisia piirteitä. Tutkimus on tehty laatimalla viitekehys, johon tieto-opas nojaa. Oppaassa käytetään myös kirjoittajan empiiristä kokemusta runkona. Työn teoreettiset lähtökohdat sekä kirjallisuus sisältävät tietoa farkuista vaatekappaleena, vartalon muodoista sekä farkkujen historiasta. Tulosten raportoinnissa oppaan sisältö on kuvattu. Tulokset on analysoitu laadullisen menetelmän keinoin ja tulkittu käyttäen viitekehystä ja aikaisempia tutkimuksia.

Tulokset osoittavat, että farkut ovat enemmän kuin vaatekappale ja niillä on monta eri ulottuvuutta, jotka kuluttajan tarvitsee ottaa huomioon farkkuja valittaessa. Tieto-opas tulee sisältää ytimekkään sekä melko täydellisen yleiskatsauksen aiheesta. Tulos sisältää myös farkkujen historiallisen kehityksen, joka antaa lisäarvoa ja lisää lukijan ymmärrystä vaatekappaleesta. Farkkujen valitseminen on monivivahteinen prosessi ja tieto-opas lienee tekevän kuluttajan odotusten täyttävien farkkujen valitsemisen helpommaksi.

---

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: farkut, denimi, vartalon muodot, tieto-opas, kuluttaja

---

## BACHELOR'S THESIS

Author:

Susanna Wikman

Degree Programme:

Beauty and Cosmetics, Vasa

Supervisors:

Jaana Ylimartimo-Nybäck

Anna-Lotta Mörk

Title: "Jeans Addiction"

- a practical study about how to make a guide about jeans as a garment,  
including its construction and how to find a fitting pair of jeans.

---

Date Spring 2013

Number of pages 38

Appendices -

---

### Abstract

The aim of this study is to explain the garment jeans; an overview of the history, construction, fabric, different washes and fits. After several years in the jeans-business I've noticed that it isn't easy to find a suitable pair of jeans. This is why I wish that estenoms, students, consumers and other interested could be able to learn more about the garment. The results are put together in a guide, which not only contains all the earlier mentioned details but also washing instructions and easy advice to think about when buying jeans.

This is a practical study with a qualitative approach. The study is designed by writing a frame that the guide is based on. The guide also includes the writer's empirical experience as a base. The theoretical basis and the literature used include facts about jeans as a garment, body shapes and the historical background of jeans. The reported results include the contents of the guide. The analysis is done with qualitative methodology and interpreted against the frame and previous research.

The result shows that jeans are more than just a garment and have many dimensions that the consumer should notice when choosing jeans. A guide should contain a concise and fairly complete general picture of the topic. The result also contains the historical background of the garment, which gives an additional value and understanding to the reader. To choose jeans is a complicated process, so a guide should make it easier to find the pair of jeans, which meets the consumer's expectations.

---

Language: Swedish

Key words: jeans, denim, body shapes, guide,  
consumer

---

# Innehållsförteckning

1 Inledning .....	1
2 Syfte och problemprecisering .....	3
3 Arbetets utgångspunkter .....	4
3.1 Denim .....	4
3.2 Modeller .....	6
3.3 Detaljer och tvättar .....	12
3.3.1 Detaljer .....	12
3.3.2 Tvättar .....	13
3.4 Kroppsformer .....	14
3.4.1 Timglas X .....	14
3.4.2 Triangel A / V .....	15
3.4.3 Rektangulär H .....	16
3.4.4 Rund O .....	16
4 Jeansens historia och utveckling .....	17
4.1 Från 1800 till 1950-talet .....	17
4.2 Från 1950 till 2000-talet .....	19
5 Tidigare forskning .....	22
6 Arbetets genomförande .....	25
6.1 Dokumentstudier .....	25
6.2 Innehållsanalys .....	26
6.3 Arbetets praktiska genomförande .....	26
7 Resultatredovisning och tolkning .....	29
7.1 Jeansens historia och utveckling .....	29
7.2 Jeansen som plagg .....	30
7.3 Jeans ur konsumentens synvinkel .....	31
7.4 Konklusion .....	33
8 Kritisk granskning .....	34
9 Diskussion .....	37
Litteratur .....	

# 1 Inledning

Det är guldrush i USA. I gruvorna, som på den här tiden har lågt i tak och är mycket trånga, kryper arbetarna på marken. För att skydda sig har de på sig ett par byxor i ett slitstarkt material, byxorna är avklippta för att värmen inte skall bli olidlig. Händerna skyddas av de avklippta byxbenen, byxbenen från vad vi idag kallar jeans.

Jeans är ett plagg med en lång historia. Från att ha varit ett plagg för cowboys, rebeller och rockstjärnor är de i dagens samhälle mycket kommersiella. Materialet denim har blivit en del av vardagen. Jeans masstillverkas idag i alla olika färger, former samt storlekar och kan bäras av precis alla: barn, kvinnor, män, ungdomar och pensionärer.

Jag är ett hängivet "fan" av jeans och mitt intresse för plagget kommer från dess mångsidighet. Jag kan använda jeans när som helst och var som helst. Eftersom det finns så många versioner av detta plagg är valmöjligheterna stora och det finns jeans för alla stilar samt situationer. Intresset har även stärkts med åren, främst eftersom jag jobbat i en affärskedja, vars tyngdpunkt ligger på denim och rock n' roll. Under den tid jag arbetat där, har jag noterat att det inte är lätt för köpare att hitta de perfekta jeansen. Modeller och tvättar finns det en uppsjö av, för att inte tala om märken. Det är inte helt enkelt att hitta just det perfekta paret, i rätt modell och rätt storlek. På grund av detta har jag valt att fördjupa mig i ämnet, dels för att öka min egen kunskap om plagget och dels för att belysa alla som vill lära sig mer om denim, selvage, indigo och allt som hör jeansen till.

De olika kroppsformerna och en persons anatomiska förutsättningar har en viss betydelse då man väljer jeans. Olika modeller passar olika kroppsformer och man kan även t.ex. med storleken och placeringen på bakfickorna skapa en illusion av en fylligare stuss eller ge ett intryck av längre ben genom att välja ett par jeans i en speciell färg och modell. I arbetet kommer jag i huvudsak att fokusera på kvinnor, kvinnors kroppsformer samt jeansmodeller.

Syftet med mitt examensarbete är att redogöra för klädesplagget jeans; en överblick av plaggets historia och utveckling, dess uppbyggnad, material, olika tvättar och modeller. Efter flera år i jeansbranschen har jag sett att det är svårt att hitta passande

jeans. Därför vill jag att estenomer, studerande, konsumenter och andra intresserade skall kunna lära sig mer om plagget. Resultatet sammanställs i en faktaguide, som förutom allt det tidigare nämnda även innehåller tvättråd samt enkla tips att tänka på vid köp av jeans.

Jeansen kommer aldrig att bli omoderna, trender kommer och trender går men jeansen finns kvar. Från trend till trend ser de givetvis olika ut och används på olika sätt, men de har under historiens gång aldrig försvunnit utan endast förändrats något.

I detta arbete har jag valt att använda mig av jeansrelaterade termer på engelska. Detta är det mest naturliga för mig och även eftersom engelska i huvudsak är språket som används i jeansbranschen. Rubriken på arbetet, Jeans Addiction är lånad från en jeansrelaterad kampanj som affärskedjan jag jobbat i årligen har.

## 2 Syfte och problemprecisering

Syftet med mitt examensarbete är att redogöra för klädesplagget jeans; en överblick av plaggets historia och utveckling, dess uppbyggnad, material, olika tvättar och modeller. Efter flera år i jeansbranschen har jag sett att det är svårt att hitta passande jeans. Därför vill jag att estenomer, studerande, konsumenter och andra intresserade skall kunna lära sig mer om plagget. Resultatet sammanställs i en faktaguide, som förutom allt det tidigare nämnda även innehåller tvättråd samt enkla tips att tänka på vid köp av jeans.

Problempreciseringen jag kommer att använda mig av i mitt examensarbete är:

- Vilka komponenter bör en konkret faktaguide som ger en god helhetsbild av plagget jeans innehålla?



### 3 Arbetets utgångspunkter

I arbetets utgångspunkter behandlas själva plagget jeans, material, modeller och tvättar, eftersom det är plagget i sin helhet som är grunden för mitt arbete. Även kroppsformerna och en välproportionerad silhuett är relevanta för att jag skall kunna besvara mitt syfte. Dessa faktorer är bidragande till att hitta de jeans som passar den egna kroppen bäst. Bilderna på jeansmodellerna har jag själv fotograferat för att ge läsaren en illustrativ bild över hur modellerna ser ut.

Ordet faktaguide definieras i Svenska Akademiens Ordbok (2010) enligt följande:

*"I allmänhet bok av mindre format som är avsedd för ständigt begagnande; särskilt och numera vanligen en kortfattad, men någorlunda fullständig översikt av ett ämne eller ämnesområde inom vetenskap eller konst och dylikt."*

#### 3.1 Denim

Denim är ett tjockt och hållbart bomullstyg. Bomull är ett mycket användbart, populärt naturmaterial. Det finns flera olika typer av bomullstyger med stor variation i kvalitet, tjocklek och vikt. (Leijer, 1996 s.42-47).

Det är flera steg från bomullsodling till ett par jeans färdiga för marknaden. Någon kan tänka att tillverkningen av ett par jeans är simpel, men i själva verket är den en hel vetenskap. Varje steg i produktionen behöver gå till rätt. Allt från nitarna till var sömmarna sitter är noga genomtänkt. (Kühnl, 2011 s.16).

Efter att tyget vävts färgas det. Därefter förtvättas tyget för att krympningsprocessen skall kunna kontrolleras och byxorna inte skall krympa då konsumenten tvättar dem. Det färgade och tvättade tyget packas sedan på stora pallar. Bitar klipps ut elektroniskt enligt färdiga mallar, för att minimera svinnet av tyg. Ett par normala jeans består i genomsnitt av ca 60 delar och tillverkningsprocessen består av upp till 100 nödvändiga separata steg. Efter att jeansen sytts ihop tvättas de enligt behov och går genom olika kvalitetstester innan de kommer ut på marknaden. Väl ute på marknaden anges jeansens storlekar utgående från måttenheten tum. (Kühnl, 2011 s.19 och 307).

Denim som material är känsligt för tvätt. Det är därför fördelaktigt att undvika tvätt. Ett par nya jeans bör inte tvättas på sex månader eftersom det tar ca ett halvt år för

plagget att slitas, så att det blir ett personligt resultat på slitaget. I stället för maskintvätt kan plagget vädras och fläckar putsas enkelt bort med t.ex. en våtservett eller en blöt trasa. Dock kan oförbehandlade jeans få fläckar om det används vatten vid fläckborttagning. (JC, 2012).

Då jeansen väl tvättas i maskin är det bra att tänka på att tvätta dem med avigsidan utåt, separat eller med liknande färger i 30 grader. Dessutom bör jeansen inte tvättas med blekande tvättmedel eftersom dessa ger färgförändringar. Centrifugering samt torktumling bör även undvikas eftersom dessa åtgärder i värsta fall kan krympa jeansen. Hur mycket jeans slits av tvätt beror dock på hur mycket förbehandlat det specifika paret är. (JC, 2012).

### 3.2 Modeller

Jeggings är den allra tightaste modellen på marknaden. Modellen gjorde sin entré så sent som på 2000-talet och har blivit mycket populär. Jeggings är en modern modell, som innehåller en hel del stretch vilket gör den bekväm att använda. Man bör dock tänka på att jeggings inte är riktiga jeans, p.g.a. att de innehåller mer elastan än jeans och därför inte heller har samma hållbarhet. (Aldridge, 2011,s.68; Kühnl, 2011, s.206).



Figur 1. Jeggings

Ett par skinny jeans är som en extra hud, varifrån namnet också har sitt ursprung, nämligen engelskans ord för hud; skin. Dessa jeans är tightare än tight och följer med varenda kurva på kroppen uppifrån och ner. (Aldridge, 2011, s.68; Kühnl, 2011 s.307; JC, 2012).



Figur 2. Skinny

Modellen Slim har en tight passform, speciellt längs låren. Ett par jeans i slim modell följer med kroppen utan att vara lika tigha som ett par skinny. (Kühnl, 2011 s.307; JC, 2012).



Figur 3. Slim



Straight är den klassiska jeansmodellen som är helt rak. Modellen karakteriseras av den varken smalnar av eller blir bredare nertill. Levi's ikoniska 501:or är praktexemplet på denna modell. (Aldridge, 2011, s.68; JC, 2012).



Figur 4. Straight

Vill man ha plats för ett par boots innanför sina jeans är bootcut eller bootleg, som modellen också kallas den perfekta för ändamålet. Modellen är tight till knäna varifrån den sedan går utåt och blir så pass bred att ett par stövlar ryms innanför. (Kühnl, 2011, s.68; JC, 2012 ).



Figur 5. Bootcut

Den bredaste modellen kallas flare eller bell bottoms. Namnet kommer från att den liknar en klocka, eftersom den är tight längs låren med blir allt bredare nertill. Denna modell kom till på 60-talet och hade sina glansdagar under 70-talet. Dock försvann modellen i princip under 80-talet för att igen på 90-talet återuppta sin popularitet. (Kühnl, 2011 s.58; JC, 2012).



Figur 6. Flare



### 3.3 Detaljer och tvättar

Ett par klassiska jeans består av flera detaljer och får sitt utseende genom olika typer av förbehandling, som jag i följande kapitel kommer att beskriva. Detta för att ge en förståelse för vad som karakteriserar jeans.

#### 3.3.1 Detaljer

I maj 1873 utfärdades patent nr 139 121. Det var Jacobs Davis, för Levi's som hade patenterat nitarna för att förbättra hållbarheten på jeansen. Nitarna nitade fast alla fickor, för att de skulle klara av mer slitage än tidigare. Dock började man så småningom täcka över bakfickornas nitar med tyg p.g.a. feedback om repade sadlar från konsumenter. Längre fanns det också en nit i grenen. Den försvann från jeansen för gott 1941, efter att Levi's dåvarande chef bränt sig på niten. Än idag ser vi dessa på alla jeans och man kan säga att det är just nitarna som gör jeans till jeans. (JC, 2012).

Fickorna är också en viktig del av ett par jeans, de flesta är s.k. five pocket jeans vilket innebär att de har två bakfickor, två framfickor samt en liten ficka inuti ena framfickan. Denna ficka kallas coin pocket och fanns ursprungligen inte placerad inuti ena framfickan, den satt från början på låret och passade utmärkt att förvara t.ex. verktyg i. På ett par klassiska jeans sitter coin pocketen inuti den högra framfickan. (Kühnl, 2011 s.149; JC, 2012).

En klassisk detalj på jeansen är blixtlåset, som inte alla gånger är ett blixtlås (zip fly) utan även kan vara knappar (button fly). Ursprungligen var det knappar på alla jeans. Fram till 50-talet var det dessutom vanligt att jeansmodeller för kvinnor hade blixtlåset på sidan. Det var Wrangler som gjorde de första jeansen för kvinnor med blixtlåset fram på mitten. Även bälteshållarna, i regel fem till sju stycken är viktiga detaljer på ett par klassiska jeans. Dessa lades till på jeansen då hängslena, bältets föregångare gick ur modet. (Kühnl, 2011 s.76, 202 och 355; JC, 2012).

Levi's började med att lägga till detaljer som kännetecknade just deras varumärke. Andra jeansmärken använder sig samma detaljer men med olika utseenden. Detaljernas syfte är att marknadsföra det specifika varumärket samt undvika kopiering. Idag räknas tre olika detaljer som specifika kännetecken: läderlappen, den lilla tyglappen vid bakfickan samt brodyren på bakfickorna. Levi's kännetecknande

läderlapp med två hästar som drar ett par byxor mot två håll, har dock ursprungligen en funktion som ett slags garanti. Ett par jeans från Levi's sägs nämligen hålla för två hästar att dra åt varsitt håll. Numera ser man de olika företagens detaljer i en hel del olika utformningar och färger. (JC, 2012).

Selvage är ett begrepp det talas mycket om i jeansbranschen. Selvage är engelskans ord för stadkant. Den uppstår då denim vävs på vävstolar med bredd på ca 70 cm och gör så att tyget inte repar upp. Eftersom Levi's, Lee och Wrangler ursprungligen fick sina tyger från samma fabrik syddes stadkanten med röd tråd till Levi's, gul till Lee och grön till Wrangler för att tygerna sedan skulle gå att skiljas åt och skickas till rätt tillverkare. Med hjälp av dessa färger är det numera lätt att avgöra om ett par vintage jeans från de tidigare nämnda varumärkena är äkta eller inte. (Kühnl, 2011 s.305; JC, 2012).

### 3.3.2 Tvättar

Färgen på ett par traditionella jeans är allt som oftast blå. Den blåa färgen kommer ursprungligen ur växten Indigo, men tillverkas numera på konstgjort sätt. Indigo är ett av våra äldsta färgämnen och har använts i flera tusen år. Ämnet färgar inte hela tråden, utan lämnar endast en hinna av färg på tråden. Detta gör att färgen under användning och tvätt slits och till slut t.o.m. försvinner. Det är på grund av denna egenskap som indigo även kallas för en levande färg. Eftersom färgen slits torrfaller jeans som är färgade med indigo. Jeans kan därför färga av sig på andra plagg samt ytor som soffor och stolar. (Kühnl, 2011 s.211; JC, 2012).

För att uppnå olika utseenden och effekter tvättas eller behandlas jeansen på olika sätt innan de kommer ut på marknaden. En vanlig metod är stentvätt, alltså stonewash. Jeansen tvättas då tillsammans med pimpsten som både bleker färgen och gör materialet mjukare. För att uppnå olika slutresultat används pimpsten i olika former och vikt. Det finns även andra faktorer som avgör hur resultatet blir. Temperaturen på vattnet, maskinstorleken, mängden stenar och mängden vatten är en del av dessa faktorer. (Kühnl, 2011 s.211).

En vanlig tvätt är en s.k. rinse wash. Som namnet säger betyder rinsewash att jeansen endast sköljs en gång och inte behandlats på något annat sätt. Överflödigt färg sköljs bort och resultatet är ett par slitstarka och obearbetade jeans. Ett liknande

resultat fås då jeansen inte behandlas alls efter att de färgats. Då kallas jeansen raw. Denna typ av jeans är mörka och ofta rätt hårda. Tvättarna får efter användning en mycket personlig slitning. (Kühnl, 2011 s.219 och 285; JC, 2012).

En annan relativt vanlig tvätt är acid wash, även känd som ice wash. Där kombineras blekningsmedel tillsammans med pimpsten, vilket ger ett batikliknande resultat. Även ett par dirty jeans är något man kan stöta på. Dessa är avsiktligt nedsmutsade med t.ex. sprayfärg eller färgade gula innan de sedan färgats med indigo, så att de efter slitning ser gamla och smutsiga ut. (Aldridge, 2011, s.69; Kühnl, 2011 s.43 & 124).

För små detaljer används oftast helt enkelt sandpapper. Jeansen slits med sandpapper för hand, vanligen i grenen och knäveckan för att jeansen skall se använda ut. Denna typ av slitning kallas whiskers eftersom slitningen liknar morrhår. (Kühnl, 2011 s.76; JC, 2012).

### 3.4 Kroppsformer

Formen på kroppen är en väsentlig faktor, då det kommer till utseende. För att kunna klä sig rätt och snyggt bör formen på den egna kroppen tas i beaktande. Kvinnor har en tendens att endast se de saker på kroppen som är 'fel', istället för att koncentrera sig på de goda sidorna. Genom att känna till den egna kroppsformen är det enklare att dölja negativa sidor, framhäva de goda och skapa en välbalanserad helhet med hjälp av olika typer av klädesplagg, material och mönster. (Henderson & Henshaw, 2006 s.108-109).

#### 3.4.1 Timglas X

Den timglasformade kroppen ses som den mest feminina med kurvor på de rätta ställena. Har man denna kroppsform kan man vara nöjd, för många kvinnor skulle mer än gärna vilja vara timglasformade. Ett timglas karakteriseras av en väldefinierad midja. Både i profil och framifrån är kroppsformen kurvig, mjuk och feminin. Axlarna har en mjuk linje, bysten är fylliga, höfterna och bakdelen är runda medan midjan är smal. (Spillane, 1991 s.78; Berghult, 2002, s.11).

Kvinnor med timglasmodellen kan med fördel välja välsittande kläder som följer med silhuetten. Vill man framhäva sin timglasformade kropp, är kläder som definierar midjan det bästa valet. Det är värt att tänka på att välja kläder i rätt storlek och

material, eftersom t.ex. styva material lätt kan ge en illusion av att kroppen har mer massa än vad den egentligen har. Att välja enkla byxor, utan extra attiraljer ger en balanserad helhet. För att skapa längd och en slank silhuett är det ultimata valet dessutom ett par byxor med smal passform. De jeansmodeller som passar ett timglas bäst är jeggings, skinny och slim. (Berghult, 2002, s.11; Henderson & Henshaw, 2006 s.112-115).

### 3.4.2 Triangel A / V

Av triangelformade kroppar finns det två versioner: den triangulära kroppsformen även kallad päronformen samt den upp och ner vända triangeln dvs. v-formen.

Päronformen karakteriseras av att över- och nedrekroppen är i obalans på så vis att axlarna är smalare än höfterna, vilket gör att överkroppen uppfattas som liten. Det finns både en kantig och en kurvig päronform. Dessa skiljer från varandra på så sätt att den kantiga versionen har raka men smala axlar och är i allmänhet mycket rak, både framifrån samt i profil medan den kurvigare versionen har sluttande axlar samt överlag mer former och kurvor. (Spillane, 1991, s.76-77).

För att balansera upp kroppsformen bör överkroppen komma i fokus, t.ex. genom olika detaljer samt genom att välja plagg som förlänger överkroppen eftersom den ses som liten i relation till nedre kroppen. Byxorna får med fördel vara relativt låga i midjan och gärna välsydd i en modell som inte är för tight, såsom jeansmodellen slim. Enfärgade, enkla byxor passar denna kroppsform väl eftersom man inte vill dra uppmärksamhet till nedre kroppen. (Berghult, 2002, s.17).

Den upp- och nervända triangeln är raka motsatsen till triangeln, axlarna är breda och raka medan linjen mellan midja och höfter är rak. Alltså ser överkroppen större ut. En v-formad kropp har ofta byggts upp genom träning men det finns också kvinnor som genetiskt är bredaxlade samt storbystade medan deras höfter är smalare än axlarna och nedre kroppen är i allmänhet inte så kurvig. (Spillane, 1991, s.73).

För ge mer proportion åt en v-formad kropp bör fokuset ledas bort från axlarna genom att hålla axelpartiet så enkelt som möjligt. Nertill passar det bäst med ett par mönstrade och gärna dekorerade byxor som ger balans åt helheten. Modellen på byxorna kan väljas fritt, allt som drar uppmärksamhet till nedre kroppen är positivt.

Dock rekommenderas det att modellen inte är alltför tight, därav passar jeansmodeller som slim, straight, bootcut samt flare v-formen bäst. Eftersom kvinnor med v-formad kropp ofta är vältränade och har atletiska ben, kan benen med fördel visas genom att använda kortare kjolar eller shorts. (Berghult, 2002, s.15; Henderson & Henshaw, 2006 s.116-119).

### 3.4.3 Rektangulär H

En rektangulär kroppsform karaktäriseras av att axlar – höfterlinjen är mycket rak. Av denna kroppsform finns det två varianter; den som i princip är helt rak från axlarna till höfterna och har en rak silhuett samt den som trots den raka axlar – höfterlinjen har en mer definierad midja och överlag en aning mer kurvor. (Spillane, 1991, s.74-75).

Utmaningen är att göra linjerna mjukare och skapa kurvor. För att ge en illusion av en kurvigare kroppsform är det bra att framhäva höfterna och bakdelen t.ex. med accessoarer. Upptill är detaljerade samt mönstrade plagg ett gott val, även "lager på lager" principen passar den raka kroppsformen bra. Materialet får med fördel vara aningen styvt samt texturerat. På nederdelen kan du med en rak kroppsform med fördel ha utåtsvängda byxor, eftersom dessa ger en aning form åt dig. Jeansmodellerna bootcut och flare är goda val. (Berghult, 2002, s.13; Henderson & Henshaw, 2006 s.120,122).

### 3.4.4 Rund O

Den runda kroppsformen har mest massa kring magen, runda axlar och relativt platt bakdel. Ofta döljer det sig ett timglas bakom denna kroppsform, som nu fått mer massa. Accessorier som drar uppmärksamheten från magen och till bystpartiet samt nedanför höfterna är bra att använda för att dölja rundheten. Det är även fördelaktigt att ge illusionen av en längre kropp genom att använda plagg för överkroppen som är tillräckligt långa och på så sätt inte kortar av överkroppen. (Spillane, 1991 s.79; Henderson & Henshaw, 2006 s.124).

Den runda kroppsformen karakteriseras ofta av snygga ben, därför kan de med fördel framhävas med ett par tighta byxor som jeansmodellen jeggings. Dessa kan t.ex. kombineras med en tunika i ett tunt tyg som faller fint. Materialvalet är viktigt att tänka på eftersom tjocka, hårda tyger ger den runda kroppsformen ovälkommen massa. (Henderson & Henshaw, 2006 s.124).

## 4 Jeansen historia och utveckling

Jeansen har en lång och intressant historia som kommer att kartläggas i detta kapitel. Även jeansens utveckling genom åren behandlas. Detta för att ge en inblick i hur plagget utvecklats och hur det har kommit att få den status som det har idag.

Ordet jeans går tillbaka till 1500-talet. Gênes var det franska namnet för en hamn i Italien, där sjömännen bar ett par stadiga arbetsbyxor. Även denim har sitt ursprung i Frankrike, närmare bestämt i staden Nîmes där tyg tillverkades. Fransmännen kallade då tyget "serge de Nîmes" som i sin tur kallades deNîmes eller kort och gott denim i England. (Bamford, 1997 s.7; Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.22).

### 4.1 Från 1800 till 1950-talet

Jeansens historia stäcker sig till 1850-talet då Levi (tidigare Loeb) Strauss, grundade företaget Levi Strauss & Co år 1853 och började tillverka overaller i segeltyg. Några år senare funderade en skräddare vid namn Jacob Davis över hur han kunde göra arbetsbyxor mer hållbara, eftersom flera guldgrävare hade klagat på att guldet som de lade i sina fickor blev för tungt, och fickorna gick sönder. Han fick då ögonen på en häst med utrustning, utrustningen i läder var förstärkt med kopparnitar och Davis kom på idén att använda likadana nitar på byxorna. För bättre hållbarhet, fäste han nitar längst ner vid gylfen samt vid fickorna. (Bamford, 1997 s.11-12; Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.15-18).

Byxorna sålde otroligt bra, men redan på den här tiden fanns det konkurrens. Davis var bestämd över att ingen skulle få stjäla idén och ville få ett patent utfärdat. Det var dock allt annat än billigt. Avgiften för detta var 68 dollar, en stor summa på den tiden, vilket Davis inte hade råd med. Men Levi Strauss, som också var Davis största leverantör hade pengar. Därför valde Davis att kontakta Strauss och föreslå att de två kunde bli partners. Strauss var lätt att övertyga och 20.5.1873 utfärdades patent nr 139.121. Då lanseras även den legendariska modellen 501, som fortfarande finns på marknaden. (Bamford, 1997 s.13; Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.19-21; Kühnl, 2011 s.146).

Henry David Lee, grundade 1889 företaget The HD Lee Mercantile Company som sålde arbetskläder. År 1911 började företaget, efter att Lees chaufför gnällt över smutsiga kläder, tillverka en overall som kallades Lee union-all. Den fick namnet från

att man bildade en union mellan nedre- och överdelen, genom att helt enkelt sy ihop dessa. Den marknadsfördes som tålig och som ett bra skydd bl.a. till industriarbetare och lantbrukare. Eftersom union-all hade en god framgång och Lee kunde starta upp fabriker fanns det snart även barn- och kvinnomodeller av overallen. (Bamford, 1997 s.16; Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.24-26).

Årtiondet var 1920 och cowboysen blev vardagshjältar. Lee utvecklade då en modell jeans, som skulle passa cowboys. Modellen 101 gjordes av ett tjockare tyg och i en passform som skulle vara mer användbar då man satt i sadeln hela dagarna. Även de första knapplösa jeansen, alltså jeans med blyxtlås utvecklades av Lee i samband med modellen 101. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s. 29).

Depressionen under 1930-talet satte även sina spår på väststaternas rancher. Detta ledde till en ny affärsidé. Ranchägarna lockade turister från öst till sina rancher, för att dessa skulle få uppleva hur det gick till i vilda västern. Turisterna anammade cowboy-modet och tog det med sig till öst och stora modestäder som New York. Även Levi's drabbades av depressionen, märkets försäljning sjönk och andra jeanstillverkare hade börjat använda den klassiska stickningen som fanns på Levi's bakfickor. Man kan säga att det redan nu gjordes piratkopior och för att konsumenter skulle kunna skilja på äkta och oäkta, kom Levi's nu med den kännetecknande röda tygfliken, fastsydd vid sidan av ena bakfickan. Detta var början på dagens sätt att marknadsföra genom att skriva in företagsnamnet på produkter. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s. 30-32).

Under 40-talet var det dags för det sista legendariska jeansmärket Wrangler att göra entré. För att kunna konkurrera mot Levi's och Lee valde Wrangler, som ägdes av Blue Bell Company och hade Casey Jones i spetsen, att marknadsföra sig genom rodeo. De anlätade skräddaren Benjamin Lichtenstein "Rodeo Ben", med lång erfarenhet av rodeokläder till sitt team, för att kunna anpassa kläderna till rodeos behov. Populariteten var extremt stor och flera av de stora rodeostjärnorna använde Wrangler. (Bamford, 1997 s.26; Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.32-33).

Under krigstiden 1939-45 bidrog de tre legenderna alla på sitt sätt till kriget. Lee och Wrangler tillverkade kläder för armén medan Levi's valde att spara på resurser genom att handmåla in stickningarna på bakfickorna samt använda återanvänt tyg till

innerfickorna. Även allt extra, som inte var nödvändigt lämnades bort från jeansen. P.g.a. att tillverkningen inte skedde i samma utsträckning som tidigare fick jeansen hög status. Det var även de amerikanska soldaterna, som i samband med kriget, förde jeansen till Europa. Under krigstiden började även kvinnor använda jeans, främst eftersom att männen åkte ut i krig och kvinnorna började arbeta i industrin. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.34-37).

## 4.2 Från 1950 till 2000-talet

Tidigare hade jeansen förknippats med cowboys och soldater, under 50-talet var det filmstjärnornas tur att plagget med sig ut i rampljuset. Det var rebelliska, tuffa roller som bar jeans med skådespelare som James Dean och Marlon Brando bakom rollerna. Även Marilyn Monroe bar jeans och tack vare henne betraktades nu plagget som sexigt både på män och kvinnor. I och med detta blev jeansen ett vardagligt plagg som kunde användas vid en hel del olika tillfällen. (Bamford, 1997 s.51; Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.40).

På grund av dess rebelliska karaktär gick det så långt, att jeansen förbjöds i bl.a. skolor och amerikanska soldatfruar blev tillsagda att inte bära plagget eftersom det ansågs vara för ledigt och förföriskt, vilket överhuvudtaget inte var passande för en gift kvinna. Levi's gjorde reklamkampanjer för att få folk övertygade om att jeans passade till skolan, vilket gjorde att föräldrar kontaktade företaget och klagade. Så småningom blev dock jeansen mer och mer accepterade eftersom de figurerade överallt. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.41-42).

I USA skrevs det reportage om hur mycket unga shoppade. Ungdomarna älskade jeans och på denna tid fanns det mer ungdomar än någonsin tidigare. Jeanstillverkarna ansåg att det var dags att en gång för alla göra plagget kommersiellt och anpassat även för tonåringar. Året var 1963 och Levi's valde att börja kalla de ack så populära byxorna för jeans, inte overaller som de tidigare kallats. Med kommersialiseringen lyckades Levi's så bra, att deras 501:or år 1964 ingick i museet Smithsonian institutions samling. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.41-42; Kühnl, 2011 s.146).

Under 70-talet spreds jeansens popularitet från USA till Europa. Det var nu ytterst trendigt att bära jeans runt om på kontinenten, vilket i sin tur betydde att även



tillverkarna behövde utlokalisera sin tillverkning över Atlanten. Redan i slutet av 60-talet hade både Lee och Levi's nått Europa och 1971 var Levi's och Japan ett faktum. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.46-47).

Ännu var jeansen dock inte accepterade överallt. Tillexempel i Sovjetunionen ansågs jeansen fortfarande symbolisera dålig moral och allt vad unionen inte stod för. Dock smugglades jeans in i Sovjetunionen både småskaligt av turister från väst samt av storsmugglare. De som bar jeans var inte trygga. Folk anfölls och stals på sina jeans, så stort var ropet efter de förbjudna jeansen. Så småningom förstod dock den östtyska regeringen att de kunde göra på pengar på jeans och köpte in ett parti som de sedan sålde med höga marginaler. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.48-49).

De slitna jeansen gjorde frammarsch på 80-talet. Olika metoder prövades. T.ex. Lee testade en mängd tekniker, såsom golfbollar, rep och däck för att få fram den rätta slitna looken. Ett franskt par i kläindustrin hade provat sig fram och kommit till att pimpsten var den mest effektiva metoden. Dock gör det japanska jeansmärket Edwin anspråk på att ha uppfunnit metoden redan 1975. Även blekningsmedel användes i slitningsprocessen och acid wash uppkom då man kombinerade pimpsten med blekningsmedel. Dessutom började företag att tillverka färdigt trasiga jeans, vilket visade sig vara en riktigt 'hit'. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.51-52, Kühnl, 2011 s.311).

I slutet av 80-talet och början av 90-talet fanns det ett stort utbud av olika modeller och versioner på jeans i alla prisklasser, så att alla kunde hitta ett par som passade deras livsstil och ekonomi. Flertalet stora lyxdesigners gjorde jeans och exempelvis sålde Gucci slut en modell som visats på deras catwalk, trots att priset låg på närmare 3000€. (Bamford, 1997 s.63; Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.53-55).

Under 90-talet började man engagera sig politiskt i jeanstillverkningen. Frågor som barnarbetskraft och miljö var på agendan. Precis som många andra industrier hade jeansföretagen börjat utlokalisera tillverkningen till främst u-länder för att minimera sina utgifter och maximera tillverkningen. Även den storskaliga tillverkningen hade sina effekter på miljön eftersom t.ex. bomullsodlingar kräver stora arealer och drar till sig skadeinsekter, vilka kräver bekämpningsmedel. De stora tillverkarna påstod sig ta

sitt ansvar och förbättra sina anställdas arbetsförhållanden, detta kunde dock inte bekräftas. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.56-61).

Jeansens popularitet är fortfarande enormt stor och intresset för riktiga vintage-jeans har nått nya höjder. Ett par Levi's från 1880-talet såldes för närmare 50,000\$ på eBay. Dock kan ett par välbevarade Levi's från denna tid vara värda upp till 100,000 amerikanska dollar. Idag använder tillverkarna gamla klassiker som modell för nytillverkade jeans. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.67-69, Kühnl, 2011 s.312).

I dagens samhälle spelar det ingen roll vem du är, vad du gör, vilken stil du har eller vilken jeansmodell du vill bära. Det finns jeans åt precis alla, och alla använder dem. Jeansföretagen har även sett till att det finns jeans för i stort sätt alla tillfällen. För vartenda par jeans de säljer betyder klirr i kassan. (Lloyd Kyi & Lindén Ivarsson, 2006 s.70-73).

## 5 Tidigare forskning

Tidigare forskningar inom ämnet jeans har sökts i databaserna i EBSCO, Springer Link, Google Scholar och Diva-portalen. Sökord som använts har varit: denim, jeans, indigo, blue jeans, Levi's, fabrics, clothing, mode, kläder, fashion, tyger. De sökord som gett mest relevanta träffar har varit jeans, denim och blue jeans. Forskningarna jag använder mig av har jag hittat i EBSCO samt Diva-portalen.

Sjöstedt och Wikström (2006) har i sin forskning kommit fram till att speciellt jeansbranschen gjort ett uppsving i och med att försäljningen har ökat. De har granskat jeansmarknaden och tagit reda på om det är trender som är den bakomliggande faktorn till uppsvinget. Resultatet visar att konsumenter inte köper jeans p.g.a. trender, de köper hellre jeans som känns personliga och passar någon speciell stil. Och eftersom det finns en hel del stilar som skall tillfredsställas finns det allt mer utrymme för olika jeansmärken.

Card, Moore och Ankeny (2005) har gjort en forskning om vilka effekter upprepad tvätt har på denim. Resultatet visar att förtvättade jeans var mer benägna att bli noppiga än enzymbehandlade eller stentvättade jeans. Dock slits stentvättade jeans mest av upprepad tvätt. Resultaten av dessa försök kan användas av denimtillverkare för att konstruera produkter som bättre passar kunders krav.

Tyllström och Wreder (2009) har följt ett par jeans under hela produktionskedjan, för att ta reda på vilka aktörer som påverkar jeansmarknaden och de symboliska värden som jeans har. Studien visar att flera olika aktörer försöker forma marknaden enligt sina egna behov och att det inte går att förutspå hur dessa kommer att agera för att locka köpare och ändra på olika märkens symboliska värden. I studien påvisas även att det kan vara konsumenter, designers, återförsäljare eller t.ex. organisationer som jobbar för olika rättigheter som påverkar jeansens både ekonomiska och symboliska värde.

Enligt Marion (2006) kan inte en het dag komma mellan människor och deras favoritjeans. Dock börjar ett par vanliga jeans vara tunga att använda då de absorberat fukt från huden. Därför har forskare vid U.S. Agricultural Research Service tillverkat ett tyg där de blandat linne med denim för att tillverka ett par jeans för sommarbruk. Mixen av materialen skall göra att jeansen andas bättre och håller

fukten borta från kroppen. Detta material är även billigt att producera och miljömässigt ett bra alternativ, eftersom det går att återanvända till fullo.

Keet (2011) har skrivit om exklusiva japanska lyxjeans. Fortfarande finns det mycket 'vanliga' billiga jeans i Japan, dock har en hel del konsumenter börjat fundera på vad de sätter på sig. Det är inte längre endast priset, modellen och tvätten som spelar roll utan även typen av vävstol som använts i tillverkningen, tekniken som använts på sömmar, förekomsten av nitar osv. Japansk jeanshistoria har kartlagts och man har följt med både tillverkare och konsumenter. Studien påvisar hur Mingei-hantverk d.v.s. handgjorda kulturellt karakteristiska produkter för gemene man använts i produktionen av dessa premiumjeans.

Candy (2005) vill i sin studie visa att kläder även har en annan betydelse än att bara täcka eller värma. I studien vill man genom att studera jeans påvisa att de också är annat än ett vanligt vardagligt urbant klädesplagg. Resultatet av studien visar bl.a. att användning av jeans bidrar till kroppsmedvetenhet som i sin tur påverkar självkänslan och hur man blir uppfattad i sociala sammanhang.

Hill (2007) har betraktat jeans ur olika perspektiv. Hon har besökt en utställning och beskriver jeans från olika århundraden i relation till olika samhällsklasser och användningsområden. I artikeln beskrivs också jeansens specifika kulturella påverkan genom dess användning som artefakt i marknadsföring, inom filmindustrin och som ett varumärke. Även miljö- samt etiska aspekter ges utrymme i studien. Tack vare de genom historien vitt skilda användningsområdena från fabriksgolvet till New York fashionweek eller som Hill uttrycker det *"från James Dean till Jay-Z "* eller *"från Monroe till Moss"* kan denim anses vara *"the fabric of our lives"*.

Sammanfattningsvis kan man säga att Sjöstedt och Wikström (2006) har kommit fram till att jeansbranschens uppsving beror på att konsumenter helst köper jeans som passar deras stil och känns personliga. Även Candy (2005) menar att jeansen inte bara är ett klädesplagg utan har en djupare mening för t.ex. en persons självkänsla. Det symboliska värdet på ett par jeans skriver också Tyllström och Wreder (2009) om. I sin studie visar de att det finns en hel del olika faktorer påverkar det symboliska samt ekonomiska värdet på olika jeans. Keet (2011) har kommit fram till att konsumenter i Japan numera inte bara är intresserade av utseendet på ett par

jeans utan kan satsa mycket pengar i ett par som är gjorda på ett speciellt sätt, framförallt jeans producerade av Mingei-hantverk är populära på den japanska marknaden. Card, Moore & Ankeny (2005) har i sin forskning koncentrerat sig på jeans behandlade på olika sätt och hur dessa beter sig då de utsätts för upprepad tvätt. De har kommit fram till att stentvättade jeans är de som slits mest av att tvättas. Även Marion (2006) tangerar materialet denim och har tillsammans med forskare tillverkat ett material där denim har kombinerats med linne, som är svalt och helt återanvändbart. Slutligen menar Hill (2007) efter att ha studerat jeansen genom historien att denim p.g.a. det stora användningsområdet kan ses som världens mest populära material.

## 6 Arbetets genomförande

I detta arbete har jag använt datainsamlingsmetoden dokumentanalys medan dataanalysmetoden har varit innehållsanalys. Arbetet har en kvalitativ ansats, i kvalitativ forskning söks mönster och trender inom fenomenet som skall undersökas. Inom kvalitativ forskning kategoriseras materialet från datainsamlingen, till skillnad från kvantitativ forskning där fenomenet förklaras med siffror och klasser. (Trost, 2010 s.25-39).

### 6.1 Dokumentstudier

I dokumentstudier är litteratur den källan som informationen kommer från, såsom den person man intervjuar vid en intervju. Litteraturgranskning av tidigare dokumentation bör alltid inleda en forskningsprocess och är nödvändig för att kunna göra vidare forskning inom ett ämne. Granskningen hjälper forskaren att formulera frågeställning och definiera begrepp. (Olsson & Sörensen, 2007 s. 47, 87).

I princip räknas nästan allt som finns i tryckt form som litteratur. Det kan vara böcker, artiklar, rapporter men också information samlad från internet. Att hitta en bok i forskningsämnet är till fördel. I boken finns högst antagligen källhänvisningar som är till god hjälp vid sökandet av ytterligare litteratur. När litteratur väl hittats kan det vara bra att ögna igenom innehållsförteckning och register för att hitta det relevanta. (Ejvegård, 2009 s.47-48).

Alla undersökningar, stora som små, förutsätter att tidigare dokumentation om ämnet studeras. Detta görs för att samla in information, få insikter i ämnet samt hitta fakta som stödjer eller förkastar argument. Idealet är att läsa innan forskningen startar, men eftersom det inte är lätt att direkt få tag på böcker och forskning sker litteraturgenomgången ofta parallellt med det övriga arbetet. Målet med studier av dokument är att hitta relevant och ändamålsenlig litteratur angående de ämnen som forskningen handlar om. (Bell, 2000 s. 62, 75).

Att göra dokumentstudier går ut på att gå igenom tidigare material och forskning för att sedan kunna redogöra för och jämföra resultaten från den utvalda litteraturen. (Ejvegård, 2009 s.48-49).

## 6.2 Innehållsanalys

För att kunna analysera ett dokument både systematiskt och objektivt använder man sig av innehållsanalys. Med hjälp av denna metod kan man på ett begreppsmässigt sätt organisera och beskriva information. Då man använder sig av innehållsanalys strävar man efter att bygga modeller som lägger fram det undersökta materialet i en koncentrerad form som är enklare begripa. (Kyngäs & Vanhanen, 1999, s.3).

Det finns olika modeller för innehållsanalys, men alla strävar till att man på ett systematiskt sätt skall kunna analysera en text. Så kallad manifest innehållsanalys betyder att man analyserar synliga mönster och temata i texter. För att göra insamlat material överskådligt bör det systematiseras samt organiseras. Detta för att ge data en ändamålsenlig form som är enkel att tolka och därefter även enklare att relatera till frågeställningen. (Backman 2008, s.3; Forsberg & Wengström 2008, s.149-151).

Det finns inga ordagranna regler för hur en innehållsanalys bör göras, endast riktlinjer för hur man skall gå tillväga för att komma framåt i analysen. Första steget i en innehållsanalys är att formulera en frågeställning, som sedan styr kvaliteten på forskningen och materialet. Följande steg är att läsa igenom materialet flertalet gånger, för att kunna bilda god grund för analysen. Själva analysprocessen består av att man spjälkar, grupperar samt abstraherar materialet. Spjälkning betyder att uttryck som har med forskningsfrågan att göra kods från materialet. Grupperingen går ut på att man för samman de saker som verkar höra ihop medan abstrahering betyder att forskningsobjektet bildas med hjälp av den allmänna uppfattningen. Härefter bildas kategorier av de uttryck som har samma innehåll. Analysen pågår så länge som innehållet är meningsfullt. Huvudkategorin namnges på så sätt att den konkret beskriver vad innehållet handlar om. (Kyngäs & Vanhanen, 1999, s.5-7).

## 6.3 Arbetets praktiska genomförande

I detta kapitel beskrivs arbetets kronologiska gång, samt tillvägagångssättet från idé till fysisk produkt.

Min förförståelse för jeans var grunden till detta arbete. Jag började planeringen med att fråga mina klasskamrater om de skulle vara intresserade av en jeansguide samt vad de vill veta om plagget. Detta för att få en uppfattning av intresset för en guide samt vad personer som inte är lika 'insnöade' i ämnet som jag ville veta om plagget.

Intresset fanns och de förslag jag fick var följande: tvättråd, vad man bör tänka på vid köp av ett par nya jeans, vilka jeans som passar vem samt jeansens historia. Dessa önskemål har jag tagit i beaktande. Dessutom har jag adderat faktorer jag personligen anser vara viktiga eller intressanta.

Eftersom jag har gått på flertalet skolningar och arbetat med jeans hade jag en hel del faktakunskap om plagget som dock inte finns dokumenterat. Därav visste jag i stora drag vad jag var ute efter. Detta underlättande litteratursökningen vilken var följande steg i arbetet. Jag började söka litteratur i Novias bibliotek, på Vasa stadsbibliotek, i databaserna; EBSCO, Diva-portalen samt Google Scholar. På företaget JC:s websidor hittade jag även en användbar typ av jeansguide. Detta var det mest tidskrävande skedet i arbetet, men både lärorikt och intressant. Litteraturen gav en ram och avgränsning till resultatet. I skapandet av guiden användes även min egen praktiska kunskap som jag fått genom erfarenhet.

Samtidigt som jag sökte litteratur försökte jag också hitta passande exempel av alla jeansmodeller. Jeansen sökte jag i min egen garderob, där jag hittade flera av modellerna, men jag besökte även loppisar i jakten på modellerna. De flesta modellerna var lätta att få tag på med flare som undantag. Slutligen råkade en av mina vänner ha ett par flare jeans som jag lånade av henne. Jag fotograferade jeansen både fram- och bakifrån i dagsljus på en och samma mannekäng med neutral kroppsform. Fotografierna togs från båda hållen för att ge en god helhetsbild av modellerna. Därefter redigerade jag fotona så att endast själva jeansen är med på bilden. Samma modell både fram- och bakifrån sett placerades i samma bild. Detta för ett gott helhetsintryck. Till guiden fotograferade jag även närbilder på jeansens detaljer: läderlappen, blyxtlåset, bälteshållorna, fickorna, nitarna samt selvage.

Under hela den ovan beskrivna arbetsprocessen funderade jag även på vad min guide skulle innehålla samt hur den skulle byggas upp. Guiden utformades i programmet Adobe InDesign. Texten kategoriserades utgående från olika temata som delvis även hittas i arbetets utgångspunkter. Dessutom har kategorier som, enligt min subjektiva åsikt är relevanta för en guide adderats till innehållet. Kategoriernas ordningsföljd bytte flertalet gånger plats tills jag slutligen bestämde mig för den ordning som jag kände att var mest logisk. Resultatet layoutades till en överskådlig och hoppeligen intressant helhet.



Resultatet (guiden) analyserades enligt innehållsanalys. För att läsaren lättare skall få en bild av arbetet som en helhet valde jag att kombinera resultatredovisningen och tolkningen i samma kapitel.

## 7 Resultatredovisning och tolkning

Målet med resultatredovisningen och tolkningen är att i slutet av detta kapitel kunna återknyta till arbetets syfte och problemprecisering. Resultatet i detta arbete är den konstruerade guiden som i detta kapitel benämns faktaguide eller resultat. Innehållet i guiden har analyserats och tolkats. Enligt Kyngäs och Vanhanen (1999) bör man gruppera d.v.s. föra samman det som verkar höra ihop. Resultatredovisningen följer guidens uppbyggnad. Jag har dock valt att göra större grupper och kategorisera enligt tre helheter där guidens olika temata finns inkluderade. Första kategorin är *"Jeansens historia"*, den andra kategorin är jeansen som plagg som inkluderar underkategorierna: *"Denim & tvättar"*, *"Jeansen uppbyggnad"* samt *"Modeller"*. Den sista huvudkategorin är jeans ur konsumentens synvinkel, den innehåller underkategorierna: *"Vad passar mig?"*, *"FAQ"*, *"Tips vid köp av jeans"* samt *"Tvätt & skötsel"*.

Innehållet i kategorierna analyserades, resultatet tolkades gentemot arbetets utgångspunkter och empirisk erfarenhet på grund av att arbetet definieras som en praktisk studie. Resultatet redovisas sammanfattat i arbetet eftersom guiden kan anses vara studiens rådata. En mera omfattande redovisning skulle bli en upprepning av guiden. Läsaren kan dock använda sig av guiden som bredvidläsning ifall en mera detaljerad kunskap om resultatet önskas.

### 7.1 Jeansens historia och utveckling

I resultatet beskrivs jeansens historia och utveckling under den första punkten eftersom den ger en förståelse om jeansens utveckling under åren samt leder in på substansen. I guiden finns en tidslinje som sträcker sig från 1850-talet till dagsdato och som illustrerar jeansens utveckling från overaller gjorda av segeltyg till vintagejeans som säljs till samlare för stora summor pengar. Guiden beskriver således kort den kronologiska utvecklingen av jeans från begynnelsen till 2000-talet. De viktigaste händelserna ur jeansens historia återges i faktarutor som bygger på arbetets litteratur (jfr faktaguiden).

Jeansens historia och utveckling beskrivs enligt Bamford (1997) samt Lloyd Kyi och Lindén Ivarsson (2006). Enligt dessa fick jeansindustrin sin start genom att Levi Strauss grundade ett företag som gjorde overaller i segeltyg. Några år senare kom

Jacob Davis på att förstärka plagg med kopparnitar som fästes vid fickorna. Strauss och Davis blev partners och sökte patent för användningen av nitar som förstärkning. Kühnl (2011) skriver att modellen 501 lanserades i samband med att patent nr 139.121. utfärdades. Tidslinjens sista punkt är daterad till år 2000 då ett par Levi's 501:or från 1800-talet enligt Lloyd Kyi och Lindén Ivarsson (2006) såldes på eBay för 50,000 amerikanska dollar. Hill (2007) beskriver i sin artikel hur jeansen genom historien haft flertalet användningsområden av olika karaktär.

Min tolkning av detta är att jeansen från att ha varit ett arbetsplagg för män har kommit att bli ett plagg med flera användningsområden, hög status, individualism och samlingsvärde. Jeansen har utvecklats och förändrats under tidens gång utan att tappa sin karaktär och blivit mera än ett vanligt plagg. Jeans kan anses vara ett fenomen och innehar en speciell betydelse. Detta kan kopplas till Sjöstedt och Wikström (2006) som i sin studie skriver att konsumenterna hellre köper jeans som känns personliga och passar någon speciell stil än följer vissa trender. Även Tyllström och Wreder (2009) tangerar detta i sin undersökning av jeansmarknaden och jeansens symboliska värde. Studien visar att konsumenterna kan ha en påverkan på jeansens ekonomiska och symboliska värde.

## 7.2 Jeansen som plagg

I guiden beskrivs materialet denim som ett hållbart och slitstarkt material. Att skriva om tillverkningsprocessen är dock enligt min åsikt irrelevant eftersom det faller utanför guidens syfte. Färgämnet indigo är karakteristiskt för jeans och nämns ofta i jeanssammanhang, därför har jag valt att inkludera indigo i guiden. De vanligaste tvättarna är raw denim, rinse wash, stone wash och acid wash (i jeanssammanhang betyder tvätt hur mycket slitage plagget har utsatts för innan försäljning). Även den vanligaste slitningsmetoden whiskers beskrivs. Dessa behandlas för att läsaren skall få en uppfattning om vad benämningarna står för (jfr faktaguiden).

Litteraturen stöder innehållet i guiden beträffande materialbeskrivning samt tvättar, men beskriver också andra s.k. hybridmaterial. Enligt Leijer (1997) är denim ett tjock och hållbart bomullstyg. Marion (2006) skriver om en typ av denim blandat med linne som lämpar sig för användning under varma dagar. I referensramen beskrivs även tillverkningsprocessen enligt Kühnl (2011). JC (2013) samt Kühnl (2011) menar att indigo är ett färgämne som främst används till att färga denim och är ett s.k. levande

färgämne eftersom det endast färgar ytan av tråden och förändras vid slitage. Kühnl (2011) och JC (2013) beskriver de vanligast förekommande tvättarna samt slitningar. Tolkningen av detta stycke är att färgen indigo samt tyget denim inklusive olika denimhybrider, som fortfarande har samma kvaliteter som denim, är viktiga för att konsumenten skall kunna identifiera ett par byxor som jeans.

Jeansens uppbyggnad illustreras genom bilder på de olika karakteristiska detaljerna; läderlappen, blyxtlåset, bälteshällorna, nitarna, fickorna samt selvage. Dessutom anges storleken på ett par jeans i två olika tum-mått, midjemåttet och längden på benen så att midjemåttet anges först (jfr faktaguiden).

I guiden framkommer alla detaljer i innehållet, vilka verifieras i arbetets utgångspunkter. Kühnl (2011) skriver angående storlekar att de bestäms utgående från måttenheten tum. Enligt Kühnl (2011) och JC (2013) är nitarna så pass viktiga detaljer att man kan säga att det är nitarna som gör jeans till jeans. Keet (2011) beskriver exklusiva japanska lyxjeans där tekniken som används vid sömnad samt nitarnas placering spelar en stor roll för konsumenten. Både Kühnl (2011) och JC (2013) menar också att ett par klassiska jeans har fem fickor, två bakfickor, två framfickor samt en coin pocket inuti den högra framfickan. Blyxtlåset och bälteshällorna kan också ses som klassiska detaljer medan läderlappen är en typ av varumärkning. Jeansens 'image' kan således anses finnas i dessa detaljer, vilka även ger jeansen ett visst värde som kommer av detaljens utseende och placering.

De vanligaste jeansmodellerna illustreras i guiden med bilder, samt en kort beskrivning på modellens anatomi. Dessa modeller är; jeggings, skinny, slim, straight, bootcut samt flare. Beträffande modeller beskrivs dessa i arbetets utgångspunkter och har således en teoretisk referens (jfr faktaguiden). Aldridge (2011), Kühnl (2011) och JC (2013) beskriver modellerna enligt kategorier på hur bred modellen är från knäet och neråt. Det ter sig som om både detaljerna och modellen på byxan karakteriserar en viss typ av jeans eller jeansanvändare och kan tänkas ha att symboliskt värde eller t.o.m. påverka just en specifik modells status eller image.

### 7.3 Jeans ur konsumentens synvinkel

Under rubriken "Vad passar mig?" tar jag i guiden upp den jeansmodell som passar en specifik kroppsform bäst. Detta görs för att vägleda den konsument som vill

skapa en välproportionerad samt balanserad kropp eller har svårt att hitta en jeansmodell som passar kroppsformen. Kroppsformerna beskrivs inte i detalj i guiden, jag har valt att lämna bort detta eftersom guiden i huvudsak handlar om plagget jeans.

*"Olika modeller passar olika kroppsformer bättre eller sämre. Tänk på att inte stirra dig blind på dessa "regler", se dem som riktlinjer och klä dig i den modell du trivs i."*  
(jfr faktaguiden)

I arbetets utgångspunkter beskriver Spillane (1991), Berghult (2002) samt Henderson och Henshaw (2006) de olika kroppsformerna; timglasen, triangelformerna, den rektangulära kroppsformen samt den runda. Dessutom skriver författarna vad man skall tänka på för att skapa en välbalanserad figur. Kroppsformerna har således en viss betydelse men är inte avgörande för valet av jeansmodell. Candy (2005) har i sin forskning tolkat jeans som bidragande faktor till kroppsmedvetenhet oberoende av kroppsform. Hon konstaterar att användning av jeans har en betydelse för självkänslan och även för hur man uppfattas i sociala sammanhang. Det kan konstateras att konsumenten fritt kan välja om hon vill beakta sin kroppsform eller välja en modell som är tilltalande p.g.a. andra orsaker, som t.ex. att öka sin självmedvetenhet eller visa sin tillhörighet till en viss social gruppering eller subkultur.

I stycket FAQ har jag samlat frågor som man vanligen kan stöta på som försäljare av jeans. Frågorna berör ofta anatomiska förutsättningar, hållbarhet samt storlek. Största delen av dessa finns inte förankrade i någon litteratur i detta arbete utan baserar sig helt på empirisk erfarenhet, som jag fått genom jeansförsäljning och de frågor som de flesta kunder ställer. Dock har Card, Moore och Ankeny (2005) konstaterat att stentvättade jeans slits mest av upprepade tvätt. Denna artikel kan kopplas till frågan angående hur länge jeans håller.

Tips vid köp av jeans är baserad på empirisk erfarenhet och har således inga referenser i form av litteratur. Praktisk erfarenhet har visat att följande aspekter kan vara bra att tänka på: ta hjälp av expediten, börja med att prova din normala storlek, om den passar rekommenderas en mindre storlek eftersom jeans alltid töjer, köp inte jeans utan att prova, räkna alltid med slitage men reklamera uppenbara fel.

Detta tolkar jag som att det finns ett flertal detaljer och frågor som jeansköparen inte har kunskap om och som väcker frågor. Konsumenten behöver således professionell handledning för att hitta ett par lämpliga och passande jeans.

Guidens sista stycke handlar om tvätt- samt skötselråd. Det finns flertalet olika saker man bör tänka på speciellt vid tvätt. JC (2012) menar att den viktigaste aspekten är att jeans helst inte bör maskintvättas. Slutsatsen man kan dra av detta är att konsumenten bör följa råden för att bibehålla plaggets passform, färg och hållbarhet så länge som möjligt.

## 7.4 Konklusion

Resultatet visar att det finns många olika aspekter att tänka på som konsument. Alla punkter i faktaguiden kan inte verifieras med hjälp av vetenskaplig forskning utan baserar sig också på mångårig praktiskt erfarenhet.

Syftet med mitt examensarbete var *"att redogöra för klädesplagget jeans; en överblick av plaggets historia, dess uppbyggnad, material, olika tvättar och modeller."* Faktaguiden, som sammanställts innehåller de i syftet nämnda komponenter och även tvättråd samt enkla tips att tänka på vid köp av jeans.

Problempreciseringen jag använde var följande: *"Vilka komponenter bör en konkret faktaguide som ger en god helhetsbild av plagget jeans innehålla?"*

Enligt Svenska Akademiens Ordbok (2010) definieras ordet faktaguide som *"en kortfattad, men någorlunda fullständig översikt av ett ämne eller ämnesområde"*. Med hänvisning till detta citat kan mitt resultat anses innehålla de temata som är relevanta för en konkret faktaguide. Den är utformad så att den torde ge en god helhetsbild av plagget. Sammanfattningsvis kan konstateras att resultatredovisningen och tolkningen besvarar syftet samt problempreciseringen.

## 8 Kritisk granskning

I detta kapitel kommer jag att granska mitt arbete kritiskt enligt Larssons (1994) kvalitetskriterier i kvalitativa studier. Eftersom denna studie gjordes som en praktisk studie med kvalitativ ansats har jag valt de kriterier som jag anser att de lämpar sig för detta arbete. Kriterierna är följande: empirisk förankring, konsistens samt struktur av vilka de två förstnämnda hänför sig till Larssons (1994) huvudkategori validitet och det sista till huvudkategorin kvalitet i resultat. Faktaguiden granskas även mot samma kriterier. I slutet av kapitlet har dessutom analysmetoden granskats kritiskt.

Larsson (1994) skriver att en empirisk studie bör ha flera olika källor som underlag för beskrivningen av ett fenomen. Empirisk förankring betyder att verklighet och tolkning stämmer överens. Enligt Larsson (1994) krävs också validitet som i detta fall innebär att det finns en samstämmighet mellan olika källor, vilket ger trovärdighet åt tolkningen.

Eftersom jag i mitt arbete har definierat forskningen som en praktisk studie är empirisk förankring en förutsättning för att kunna tala om forskning i detta fall. Larsson (1994) skriver att empirisk vetenskap förutsätter att det finns en empirisk reell värld att studera samt att det finns flera källor som stöder beskrivningen och förankringen till verkligheten. Tolkningen bör kunna kopplas till det som man skall tolka. Författaren ger som exempel en text eller en sida av verkligheten. I detta arbete har jag tolkat min egen text ur faktaguiden som baserar sig på fenomenet jeans. Källorna jag använt mig av i mitt arbete kan anses stämma överens med varandra. De stöder även min empiriska erfarenhet, vilket kan tolkas som att arbetet för denna del uppfyller kriteriet för empirisk förankring.

Följande kriterium är konsistens. Enligt Larsson (1994) så byggs konsistens upp av samspelet mellan del och helhet. Det kan finnas alternativa tolkningar men varje bit måste stämma för att ge en riktig bild av helheten. Ju flera bilder av helheten vi får desto mera förstår vi av fenomenet som beskrivs. Detta kallas även för den hermeneutiska cirkeln. I mitt arbete antar jag att läsaren har en förförståelse för vad jeans är, men genom att börja med att beskriva jeansens historia och gå vidare till att förklara fenomenet jeans mera detaljerat får läsare mera kunskap och en större förståelse för det jag beskriver. Mitt arbete innehåller således flera delar som i

resultatet har kombinerats till en helhet på så sätt att ju flera kapitel läsaren går in i desto större och djupare förståelse får denne om plagget jeans.

Larsson (1994) menar dock att det finns en risk att man bortser från vissa omständigheter som inte anses passa i helheten, men man bör även vara medveten om att tolkningar ofta är ofullkomliga. I mitt arbete kan det också finnas tolkningar, som ur en annan synvinkel kan synas ofullkomliga. För att försvara min tolkning hänvisar jag till Larsson (1994) som skriver att konsistenskriterierna innebär en viss förförståelse för fenomenet som jag anser mig ha.

Kravet på struktur innebär enligt Larsson (1994) krav på att resultatet är överskådligt och enkelt, samt att det finns en röd tråd genom arbetet. Han talar även om största möjliga enkelhet och undvikande av överflödiga begrepp. Viktiga detaljer skall poängteras och mindre viktiga kan ges mindre utrymme. Det betyder att huvudsaker skall markeras och bisaker ges mindre betydelse. I själva referensramen d.v.s. arbetet har även substans, som i guiden fått mindre utrymme, beskrivits mera ingående, såsom kroppsformer. Dock anser jag att resultatredovisningen lider av vissa brister och stundom känns suddig. Detta beror på att jag inte hade något bra begrepp om hur resultatredovisningen skulle göras på ett överskådligt sätt utan att upprepa hela innehållet i guiden. Vad beträffar både resultatredovisningen och tolkningen är intentionen att poängtera huvudsakerna och ge mindre vikt åt det som enligt min åsikt har en mindre betydelse.

Vid kritisk granskning av faktaguiden d.v.s. resultatet kan konstateras att den fyller kriterierna för empirisk förankring, konsistens och kvalitet. Den empiriska förankringen är ju förutsättning för att guiden skall fungera i det syfte den tjänar. Faktaguiden baserar sig på både empirisk erfarenhet och relevanta referensbedömda artiklar med empirisk förankring. Konsistenskriteriet kan anses uppfyllt genom att guiden är uppbyggd så att förståelsen för jeans som fenomen och plagg ökar ju längre framåt i guiden man läser. Varje jeansköpare torde ha någon typ av subjektiv förförståelse för plagget jeans. Guidens syfte är att öka denna förståelse. Guiden är uppbyggd så att den börjar med att beskriva jeans i allmänhet genom att förankra plagget i dess historia och utveckling. Den ger således en djupare förståelse för jeans som fenomen. Beskrivningen fortsätter sedan med detaljer och faktorer som konsumenten behöver för att välja ett par passande jeans. Texten löper således från



allmän information till specifika detaljer och fördjupar läsarens förståelse av plagget. Kravet på struktur kan också anses bli uppfyllt eftersom guiden känns lättöverskådlig och har röd tråd. Där finns också poängterat d.v.s. framtaget det jag anser vara viktigt sett ur min empiriska erfarenhet och den förförståelse jag personligen hade om jeans.

Vid kritisk granskning av min metod kan jag konstatera att metodvalet innehållsanalys inte var den bästa metoden för mitt arbete. En lämpligare metod för denna studie kunde exempelvis ha varit evaluering, där utomstående hade validerat – evaluerat faktaguiden och resultatet skulle ha analyserats för att få en objektiv utvärdering av guiden. Dock hade en evaluering inte gått att genomföra inom ramen för detta examensarbete eftersom metoden hade krävt mer resurser.

## 9 Diskussion

I detta kapitel kommer jag att diskutera reflektioner, tankar och utvecklingsförslag som jag fått under arbetets gång. Min intention har varit att skapa en guide som skiljer sig från de få kommersiella jeansguider som existerar. Det unika med min jeansguide är att den är gjord ur en helt objektiv synvinkel. Den är varken styrd av ett företag eller gjord för att sälja mer jeans. Detta gör att jag har objektivt har kunnat skriva om jeansens historia och utveckling utan att utelämna något. Historien är intresseväckande och jag anser att den ger ett mervärde till guiden, som alla typer av läsare kan finna intressant. Jag har hittills inte stött på en kommersiell jeansguide som innehåller alla de komponenter som finns i min guide. Bredden på innehållet i min faktaguide anser jag vara det som skiljer den från andra guider av samma typ.

I det stora hela är jag nöjd med guiden som skapats. Dock känner jag att layouten inte är den ultimata. Genom att ha bredare färdigheter i programmet InDesign samt layout kunde guiden ha fått ett mer väldisponerat utseende. Jag har inte mycket tidigare erfarenheter av InDesign, vilket gjorde utformningen av guiden till en långgrandig process, som tog avsevärt längre tid än jag räknat med. Eftersom en guide bör vara kortfattad var det stundom svårt att komprimera texten utan att tappa något av informationen.

Innan arbetets början misstänkte jag att det skulle bli svårt att hitta både refereebedomd litteratur samt populärlitteratur om jeans. Detta visade sig stämma. Jeansens historia är relativt väldokumenterad, det är däremot inte jeansen som plagg. Detta märks även i mitt arbete, där litteraturen om jeansmodellerna är mycket skral, vilket helt enkelt hittat beror på att jag inte funnit mer litteratur med de resurser jag haft. Jag har varit i kontakt med olika jeansföretag angående litteratur, dock är deras material inte för allmänheten eftersom det handlar om affärshemligheter. Trots att jag deltagit i en del skolningar under min karriär som jeansförsäljare är jag inte tillåten att använda det materialet, förutom genom att knyta det till min empiriska erfarenhet. Dock vill jag poängtera att jag till tidigare forskning har hittat sex refereebedomda artiklar som tangerar jeans, vilket i detta fall är ett överraskande stort antal.

Genom att granska mitt arbete objektivt kan jag tycka att resultatredovisningen och tolkningen känns aningen otydlig och vag. Detta beror delvis på att det var svårt att

tolka något som jag själv skrivit. I traditionell forskning tolkas en intervju eller en text som någon annan producerat. Detta blev således ett slags självvärdering av guiden.

I arbetet har jag inte reflekterat hållbar utveckling samt etiska aspekter p.g.a. avgränsning. Dock diskuteras dessa frågor aktivt inom modebranschen. P.g.a. den ökande konsumtionen av jeans är frågorna viktiga faktorer att ta i beaktande under hela produktionskedjan samt vid återvinningsprocessen. Beträffande miljöfaktorer har redan ett antal jeanstillverkare utvecklat metoder som minskar på användningen av vatten vid produktionen. Även arbetsförhållanden, lön och användningen av barn som arbetskraft har varit uppe på agendan. Idag intresserar dessa temata den upplyste konsumenten och krav på etisk hållbarhet blir större.

Under arbetets gång har flera förslag för vidareutveckling av detta arbete samt för ämnet jeans i det stora hela dykt upp. Mitt första förslag är en studie om Levi's som brand. Levi's har bidragit med så mycket till jeansbranschen och har en lång, intressant historia som vore ytterst intressant att kartlägga. Ett annat intressant fenomen är den svenska jeansmarknaden och flertalet stora jeanstillverkare som Nudie, Cheap Monday, Dr. Denim, BLK DNM m.fl. Tanken är då, att göra en studie kring vad det är som gjort så många svenska jeanstillverkare såpas stora och framgångsrika. I några av de tidigare forskningarna som inkluderas i mitt arbete ligger fokus på den sociala inverkan och hur konsumenterna söker jeans som är personliga. Det vore intressant att göra en beteendevetenskaplig studie på hur människor väljer jeans och hur olika typer av jeans uppfattas. Det sista förslaget är att vidareutveckla denna studie genom att fokusera på män, i stället för kvinnor som har varit det centrala i mitt arbete.

Det fantastiska med jeansen är att de har bevarat sitt utseende och sin form sedan 1800-talet vilket gör plagget till en klassiker av vår tid.

*"I wish I had invented blue jeans. They have expression, modesty, sex appeal, simplicity- all I hope for in my clothes."* -Yves Saint Laurent  
(Kühnl, 2011, s.129).

## Litteratur

Aldridge, J. (2011). *Style yourself: inspirational advice from the world's hottest fashion bloggers*. London: Apple.

Backman, J. (2008). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.

Bamford, L. (1997). *Blue Jeans*. London: Hamlyn.

Bell, J. (2007). *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.

Berghult, J. (2002). *Stylingguiden*. Västerås: ICA bokförlag.

Candy, F.J. (2005). The Fabric of Society: an Investigation of the Emotional and Sensory Experience of Wearing Denim Clothing. *Sociological Research Online* 10 (1).

Card, A., Moore, M.A. & Ankeny, M. (2006). Garment washed jeans: impact of launderings on physical properties. *International Journal of Clothing Science and Technology* 18 (1), 43-52.

Ejvegård, R. (2009). *Vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.

Forsberg, C. & Wengström, Y. (2008). *Att göra systematiska litteraturstudier*. Stockholm: Bokförlaget Natur och Kultur.

Henderson, V. & Henshaw, P. (2006). *Color me confident. Change your look – change your life!* London: Hamlyn.

Hill, J (2009). Denim – The Fabric of Our Lives. *Textile: The Journal of Cloth & Culture* 7 (1) 98-104.

JC Jeans Company (2012). [www.jc.se/jeans/jeansguiden](http://www.jc.se/jeans/jeansguiden) (hämtat 15.12.2012).

Keet, P. (2011). Making New Vintage Jeans In Japan: Relocating Authenticity. *The Journal of Cloth & Culture* 9 (1), 44-61.

Kühnl, S. (2011). *The Denim bible jeans encyclopedia III*. Milan: Sportswear international.

- Kyngäs, H. & Vanhanen, L. (1999). Sisällön analyysi. *Hoitotiede*. 11 (1), 3-12.
- Larsson, S. (1994). Om kvalitetskriterier i kvalitativa studier. Ingår i: Starrin, B. & Svensson, P-G. (red.) *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Leijer, D. (1997). *Sy Kläder. Nya grundboken i klädsömnad – praktiska anvisningar steg för steg*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Lloyd Kyi, T. & Lindén-Ivarsson, A-S. (2006). *Älskade jeans: Jeansens historia synad i sömmarna*. Stockholm: Alfabeta Bokförlaget AB.
- Marion, R. (2005). Flax Fibers Offer Cotton Cool Comfort. *Agricultural Research* 53 (11) s.12-13.
- Olsson, H. & Sörensen, S. (2011). *Forskningsprocessen. Kvalitativa och kvantitativa perspektiv*. Stockholm: Liber AB.
- Sjöstedt, E. & Vikström, H. (2006). *Konsumtionstrender - En studie av jeansens framgång*. Magisteruppsats. Stockholms Universitet, Företagsekonomiska institutionen, Stockholm.
- Spillane, M. (1991). *The complete style guide from the color me beautiful organisation*. London: Piaktus.
- Svenska Akademiens Ordbok (2010). <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/> (hämtat 13.02.2013).
- Tyllström, A. & Wreder, M. (2009). *Jeans – blå byxor och drömmar i denim. En studie av aktörer på jeansmarknaden och skapandet av symbolvärden*. Stockholm: Score.